

## Analyse deutscher Tageszeitungs- und Magazinwebsites auf Twitter: Diskutiert und kommentiert wird am meisten auf Spiegel Online

*Wer schaffte 2014 die meisten Tweets? Searchmetrics kürt die fünf beliebtesten Tageszeitungs- und Magazinartikel, die vergangenes Jahr am häufigsten im Kurznachrichtendienst verbreitet wurden – Themen zur Innen- und Außenpolitik gewinnen*

**Berlin, 23. Januar 2015**\_\_Die Informationsgesellschaft liest Tageszeitungen und Nachrichtenmagazine online – die Nutzerzahlen des AGOF-Angebotsrankings zeigen, wie hoch die Online-Auftritte deutscher Medien frequentiert werden. Die fünf reichweitenstärksten Tageszeitungen sind demnach BILD, die Welt, die Süddeutsche Zeitung, die FAZ sowie das Handelsblatt. Auch die Online-Angebote regionaler Tageszeitungen finden großen Anklang, am beliebtesten bei den Nutzern sind hier der Express, die B.Z., die Hamburger Morgenpost sowie der Berliner Kurier und die tz. Bei den Nachrichtenmagazinen lag FOCUS online vor Spiegel online und Stern.

Wie aber sieht es um die Präsenz der entsprechenden Online-Titel in den sozialen Netzwerken aus? Vor allem der Kurznachrichtendienst Twitter ist für die Verbreitung von Schlagzeilen sehr beliebt. Searchmetrics, Pionier und Anbieter der weltweit führenden Unternehmensplattform zur Optimierung der Search Experience, wollte darum auch in diesem Jahr wissen, welche Tageszeitungen und Nachrichtenmagazine im vergangenen Jahr auf besonders starke Resonanz bei Nutzern des Kurznachrichtendienstes Twitter stießen und welche Themen sie für besonders diskussionswürdig hielten. Searchmetrics analysierte dafür die Anzahl der Tweets pro Woche von Inhalten, die 2014 in den führenden überregionalen und regionalen Tageszeitungen sowie Nachrichtenmagazinen generiert wurden. Dafür kam die Searchmetrics Suite™, die global verfügbare Datenbank, die ständig mit Daten aus Search und Social aktualisiert wird, zum Einsatz, die zentrale Fragen für SEO-Profis und Werbetreibende beantwortet und so hilft, digitale Marketingstrategien fortlaufend zu kontrollieren.

Die Analyse für 2014 zeigt, dass die Online-Leserschaft gern im Social Web diskutiert. Die meisten Tweets, nämlich 6.692.567, erzielte dabei mit großem Abstand das Nachrichtenmagazin Spiegel online. Unter den deutschen Tageszeitungen belegen die

Online-Präsenzen der überregionalen Tageszeitungen Welt.de und sueddeutsche.de die vorderen Ränge. Deutschlands auflagenstärkste Tageszeitung, die BILD, folgt erst auf dem dritten Platz.

#### **Die fünf am häufigsten getweeteten überregionalen Tageszeitungen:**

1. Welt Online ([www.welt.de](http://www.welt.de)), 2.447.968 Tweets
2. Süddeutschen Zeitung ([www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)), 2.285.954 Tweets
3. BILD ([www.bild.de](http://www.bild.de)), 1.938.516 Tweets
4. FAZ ([www.faz.net](http://www.faz.net)), 1.713.117 Tweets
5. Handelsblatt ([www.handelsblatt.com](http://www.handelsblatt.com)), 1.201.099 Tweets

#### **Die fünf am häufigsten getweeteten regionalen Tageszeitungen:**

1. B.Z. ([www.bz-berlin.de](http://www.bz-berlin.de)), 123.964 Tweets
2. Hamburger Morgenpost, ([www.mopo.de](http://www.mopo.de)) 74.605 Tweets
3. Express ([www.express.de](http://www.express.de)), 66.227 Tweets
4. Berliner Kurier ([www.berliner-kurier.de](http://www.berliner-kurier.de)), 43.898 Tweets
5. tz ([www.tz.de](http://www.tz.de)), 16.035 Tweets

#### **Twitter-Resonanz der deutschen Nachrichtenmagazine:**

1. Spiegel online ([www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)), 6.692.567 Tweets
2. FOCUS online ([www.focus.de](http://www.focus.de)), 1.855.938 Tweets
3. Stern online ([www.stern.de](http://www.stern.de)), 808.195 Tweets

Eine detaillierte Auswertung zeigt, dass viele der Tweets wie schon im Vorjahr auf die Startseiten respektive die Rubrikenübersichten der einzelnen Online-Angebote verweisen. Anders als im Vorjahr waren es jedoch nicht mehr vorwiegend Sportthemen, die auf Twitter diskutiert wurden. Die nehmen zwar unter den direkt verlinkten Artikeln immer noch eine prominente Position ein, häufiger waren es jedoch Texte zur Innen- und Außenpolitik, die auf Twitter per Direktlink kommuniziert wurden. Daneben finden sich Kommentare zu Wirtschafts-, Web- und Gesellschaftsthemen.

#### **Die Top-5-Zeitungsartikel mit den meisten Tweets seit Veröffentlichung:**

1. FOCUS online (Videobeitrag): Kopierte Cavalli für sein Logo ein heiliges Symbol? (14.05.2014)  
[http://www.focus.de/kultur/videos/dreistes-plagiat-kopierte-cavalli-fuer-sein-logo-ein-heiliges-symbol\\_id\\_3838243.html](http://www.focus.de/kultur/videos/dreistes-plagiat-kopierte-cavalli-fuer-sein-logo-ein-heiliges-symbol_id_3838243.html) 11.627 Tweets

2. Spiegel Online: Protest bei Twitter: Designer Cavalli soll islamisches Symbol entweiht haben (10.05.2014)  
<http://www.spiegel.de/panorama/leute/plagiat-roberto-cavalli-soll-islamisches-logo-entweiht-haben-a-968721.html> 10.779 Tweets
3. Spiegel Online International: Prying Eyes: Inside the NSA's War on Internet Security (28.12.2014)  
[www.spiegel.de/international/germany/inside-the-nsa-s-war-on-internet-security-a-1010361.html](http://www.spiegel.de/international/germany/inside-the-nsa-s-war-on-internet-security-a-1010361.html) 8.067 Tweets
4. Spiegel Online: Indonesien: Wahlkampf in Himmlers SS-Uniform (24.06.2014)  
[www.spiegel.de/politik/ausland/indonesien-ss-uniform-von-heinrich-himmler-in-wahlkampf-video-a-977207.html](http://www.spiegel.de/politik/ausland/indonesien-ss-uniform-von-heinrich-himmler-in-wahlkampf-video-a-977207.html) 7.112 Tweets
5. Süddeutsche Zeitung: Gülen verurteilt "Hexenjagd" in der Türkei (13.12.2014)  
[www.sueddeutsche.de/politik/erdoan-kritiker-guelen-warnt-vor-hexenjagd-in-der-tuerkei-1.2264520](http://www.sueddeutsche.de/politik/erdoan-kritiker-guelen-warnt-vor-hexenjagd-in-der-tuerkei-1.2264520) 5.010 Tweets

Unter den direkt verlinkten Artikeln finden sich viele Texte, die sich im weiteren Sinne zu einem religiösen Hintergrund zusammenfassen lassen, bei den beiden meistkommentierten Artikeln im Ranking handelt es sich genau genommen aber um Berichte, die wiederum eine kontroverse Diskussion über einen bestimmten Beitrag wiedergeben. Das zeigt, wie sehr die Twitter-Gemeinde die Berichterstattung der Tagesmedien als Referenz zu Hilfe nimmt, um Community-interne Themen zu untermauern.

„Über Twitter finden die Nutzer kurze, prägnante Meldungen, aber auch Meinungen zum aktuellen Weltgeschehen, und das durch die Nutzer bereits übersichtlich vorsortiert. Viele nutzen den Dienst deshalb sowohl zum Lesen aktueller Nachrichten, als auch um ihre eigene Meinung kundzutun. Um ihren Punkt klar und deutlich zu machen, verweisen sie häufig auf Artikel der digitalen Angebote deutscher Zeitschriften und Magazine. Insgesamt ist die Twitter-Gemeinde – im Vergleich zu anderen Märkten – noch verhältnismäßig klein, dennoch zeigt sich in den oben genannten Zahlen, dass eine Durchmischung beider Medienangebote stattfindet“, erklärt Marcus Tober, Unternehmensgründer und Geschäftsführer von Searchmetrics. „Die deutschen Printmedien bauen zwar ihre Online-Inhalte weiter aus und arbeiten an digitalen Strategien, wünschenswert sind aber mehr Interaktionsmöglichkeiten seitens der Leser. Noch kann etwa die Kommentarfunktion auf den eigenen Seiten mit der Schnelligkeit und den Nutzeraktionen eines Kurznachrichtendienstes wie Twitter nicht mithalten.“

#### **Über Searchmetrics**

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und weltweit führende Anbieter einer Unternehmensplattform zur Optimierung der Search Experience. Diese „Search Experience Optimization“ verbindet SEO, Content, Social Media, PR und tiefgehende Analysen zu einer einheitlichen Grundlage für die Entwicklung und Umsetzung einer organischen Suchstrategie. Im Fokus stehen somit jeder einzelne potenzielle Kunden und der Beitrag, den

umfassende Search-Strategien für ein überragendes und unvergessliches, individuelles Einkaufserlebnis leisten können.

Unternehmen und Agenturen nutzen die Searchmetrics Suite™ für die Planung, Ausführung und Kontrolle ihrer digitalen Marketingstrategien. Unterstützt durch die ständig aktualisierte, global verfügbare Datenbank, beantwortet Searchmetrics zentrale Fragen für SEO-Profis und digitale Marketers und liefert darüber hinaus eine Fülle an Prognosen, analytischen Erkenntnissen und Empfehlungen, die die Sichtbarkeit und das Engagement erhöhen und so letztlich auch die Online-Umsätze steigern. Zahlreiche bekannte Marken wie T-Mobile, eBay, Siemens und Symantec vertrauen bereits dem vollen Leistungsumfang der Searchmetrics Suite™.

Searchmetrics betreibt Niederlassungen in Berlin, San Mateo, New York, London und Paris und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital gestützt.

Weitere Informationen unter <http://www.searchmetrics.com/de/>

**Pressekontakte:**

Nadja Schiller  
Searchmetrics GmbH  
Senior Marketing Manager Brand & PR  
+49 30 322 95 35 - 52  
[n.schiller@searchmetrics.com](mailto:n.schiller@searchmetrics.com)

Kathrin Hamann  
ELEMENT C GmbH  
Senior Consultant PR  
+49 89 720 137 - 18  
[k.hamann@elementc.de](mailto:k.hamann@elementc.de)